

CARTAZES DE PROMOÇÃO COMERCIAL NO INÍCIO SÉC.XX EM PORTUGAL - COLECÇÃO PARTICULAR

Pedro Miguel Domingos Jorge de Oliveira
Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Largo da Academia
Nacional de Belas-Artes, 1249-058 Lisboa, Portugal

Resumo

Este projecto de investigação de pós-doutoramento, assenta no estudo de um conjunto de 10 cartazes publicitários do ramo alimentar alusivo a duas companhias distintas. O primeiro conjunto de cartazes pertence à *Nova Companhia Nacional de Moagem* e o segundo da *empresa Eduardo Conceição Silva & Irmão (Fábrica de bolachas e biscoitos, Lisboa)*. Este estudo está inserido no âmbito da especialidade de Design de Comunicação e no Desenho, sendo importante o seu enquadramento na História da Arte. As datas dos cartazes são entre o final do séc. XIX (1890) e o início do séc. XX (até aos anos 20). O principal objectivo é enquadrar esta colecção de cartazes no tipo de comunicação gráfico, de desenho e publicidade neste período.

Palavras-Chave: Cartazes, Publicidade, Desenho

Abstract

This post-doctoral research project is based on a analysis of a set of 10 advertising posters in the food industry, for two different companies. The first set of posters belongs to the *Nova Companhia Nacional de Moagem* and the second to *Eduardo Conceição Silva & Irmão (cookies and biscuits factory, Lisbon)*. This study is part of the Graphic Design and Drawing areas, but also important the Art History. The dates of the posters are settled between the end of the 19th century (1890-1900) and the beginning of the 20th century (until the 1920s). The main objective is to frame this collection of posters and study the drawing, graphic design and advertising in this period.

Keywords: Posters, Adverstising, Drawing

Desenvolvimento (contexto histórico)

Uma das indústrias que mais se desenvolveu em Portugal no final do século XIX, foi a da moagem. Com uma crescente necessidade de abastecer os centros urbanos, surgiram na Europa novos processos de fabrico e eram abandonados os moinhos tradicionais, alimentados a energia hidráulica ou eólica. A introdução da máquina a vapor constitui um marco fundamental na modernização industrial europeia e em grande parte das indústrias

nacionais e que inserido nos processos de fabrico da indústria alimentar permitiu uma maior autonomia e capacidade de armazenamento (Reis, 1987).

Toda a zona ribeirinha da cidade de Lisboa e da zona do Chiado tornou-se um importante centro industrial no final do século XIX, com diferentes tipos de produção, armazéns de comércio e retalho, ao qual a proximidade ao rio Tejo e em 1856, do recém-criado caminho de ferro Lisboa-Carregado com a Estação de Santa Apolónia, facilitava o transporte e mobilidade. Lisboa era assim o maior centro urbano com uma indústria diversificada na sua dimensão e produção estendida ao longo da zona Ribeirinha do Tejo, estando a maior concentração entre o Beato e Xabregas, com armazéns de vinho, fábricas de Tabaco, algodojeiras e moagens, fundições e fábricas de têxteis, curtumes e faiança. Isso só foi possível devido ao alargamento do Porto de Lisboa e dos aterros que permitiram conquistar espaço junto ao Tejo em benefício dos interesses comerciais e marítimos desaparecendo praias, cais, docas, moinhos de maré. As principais mercadorias eram transportadas para Lisboa através do caminho de ferro e por barco (Folgado, 1999). Toda a cidade estava a mudar rapidamente, quer em demografia e planeamento urbano, em particular nas zonas nobres da cidade, onde eram edificados novos palacetes, no chiado, e ao longo da avenida da Liberdade, locais onde a electricidade surgiu pela primeira vez em 1878 no Chiado e em 1889 na avenida.

A modernização dos processos de armazenamento e conservação dos principais produtos de consumo que, entretanto, surgiram na Europa durante a segunda metade do século XIX, foram um reflexo de um crescente consumo de produtos alimentares, agrícolas, congelados e cereais. Os novos modos de embalagem contribuíram em parte nessa evolução já que era necessário um aumento da produção e do transporte de um variado conjunto de bens para as grandes cidades. As embalagens em metal foram uma introdução importante neste contexto, principalmente no que concerne aos produtos transformados (cereais, bolachas, biscoitos, farinhas).

É neste contexto de modernização e industrialização da sociedade portuguesa que o cartaz começa a assumir um papel preponderante de comunicação nas mais variadas áreas de consumo, com referência a espectáculos, cinema, touradas, turismo, produtos de beleza, medicamentos, produtos alimentares. A inovação do processo litográfico (inventado em 1798) permitiu ao longo do séc. XIX, a reprodução de milhares de cartazes num curto espaço de tempo (Batista & Samara, 2010).

A partir desta altura o cartaz incorpora o quotidiano da vida citadina, acompanhando a população nos eléctricos, nos comboios e nas ruas. A comunicação da mensagem

centrava-se em atacar a imprensa, o governo, um partido ou uma determinada causa. Os ideais republicanos foram crescendo na imprensa, onde Rafael Bordalo Pinheiro desenvolveu um vasto trabalho de caricatura política e influenciou um conjunto de artistas nacionais, Manuel Gustavo, Celso Hermínio, Francisco Valença e Manuel Monterroso. A relação do cartaz com a ilustração foi um importante veículo de uma nova linguagem artística e de valorização da sociedade moderna, onde artistas como Bernardo Soares, Jorge Barradas ou Almada Negreiros tiveram grande intervenção (Batista & Samara, 2010).

Na propaganda política dos ideais republicanos, alguns dos principais ícones como o busto da república e a bandeira nacional foram usados frequentemente na expressão visual em cartazes, jornais e em alguns dos cartazes apresentados.

Embora os cartazes reportem a duas companhias distintas, uma parte destes cartazes de publicidade a bolachas e biscoitos assumem uma dupla vertente comunicacional, particularmente incomum, estando implícito uma comunicação propagandista, de cariz ideológico e que nos remete para um período entre 1890 e 1920, de grande tensão e instabilidade em Portugal. Os cartazes retratam alguns desses episódios que anteciparam a queda da monarquia e a implementação da primeira república em que algumas das personalidades políticas mais importantes são facilmente identificadas. Embora ambas as duas companhias salientem uma forte mensagem de cariz político, transmitiam conotações ideológicas distintas. A *Nova Companhia Nacional de Moagem*, aproximava-se mais do regime monárquico com a exaltação de alguns momentos importantes da monarquia, enquanto os cartazes referentes à companhia *Eduardo Conceição Silva & Irmão* mostravam uma ligação ideológica claramente pró-republicana. Num contexto mais vasto, encontramos em outras empresas referentes à indústria dos cereais, este tipo de comunicação. Exemplo disso são os cartazes da *Fábrica Pampulha*, fundada em 1875 em Lisboa por *Eduardo Costa*, uma das maiores empresas de cereais deste período. A *Companhia Nacional de Moagem* (antecessora da Nova Companhia Nacional de Moagem que está nos cartazes), foi uma das mais importantes companhias de moagem neste período, sendo fundada na segunda metade do século XIX, na zona Oriental da Cidade de Lisboa. A sua actividade era centrada na moagem do trigo, descasque de arroz, massas alimentícias, bolachas e biscoitos. Um dos aspectos mais significativos na sua afirmação foi a utilização de energia a vapor na moagem do trigo, sendo das primeiras moagens em Portugal. Todas as grandes companhias, trabalhavam no sistema austro-húngaro, baseado nas mais modernas técnicas de produção, com a utilização de cilindros de aço.

Esta companhia teve grande importância no desenvolvimento industrial deste sector em Portugal, tendo sido a inauguração da nova fábrica em 20 de Junho de 1910, contado com a presença das mais altas figuras de estado, El-Rei D. Manuel e vários ministros.

A *Nova companhia Nacional de Moagem* (que consta na inscrição nos cartazes) foi fundada em 1907 e resultava da união entre a *Companhia Nacional de Moagem* e outras empresas de Lisboa e arredores; a *João Luiz de Sousa & Filhos* (fábrica de Vapor Aliança), de Xabregas, a *Companhia Portuguesa de Moagens* (ex Bellos & Formigaes), na Rua vinte e Quatro de Julho, a *José Pedro da Costa*, no Seixal, a *Cesario Castor Melleiro*, fábrica de massas em Lisboa e metade do Moinho Novo do Seixal, a *M. M. Homes Melleiro*, fábrica de massas em Belém (na Rua da Cadeia) a *Viúva de J.B. Chaves & Comp.^a* e muitas outras. Em 1918, a Nova Companhia Nacional de Moagem, reformulou os seus estatutos e atingia uma dimensão que entre as seis maiores unidades fabris de Lisboa, quatro pertenciam. Contava nesta altura já com centenas de empregados. Em 17 de Dezembro de 1919, constituiu-se a *Companhia Industrial de Portugal e Colónias, S.A.R.L* através da fusão da Nova Companhia Nacional de Moagem e da Companhia Nacional de Alimentação. Esta empresa com sede no jardim do tabaco era já a maior estrutura de moagem a nível nacional (Ferreira, 2005). Esta nova companhia foi o início de uma grande empresa, que viria a suceder mais tarde, a partir da segunda metade do séc. XX, com a criação da *NACIONAL* e que se afirmou como uma das maiores empresas portuguesas na indústria alimentar, mantendo-se na actualidade, na zona Oriental da cidade de Lisboa.

Nos cartazes encabeçados com o nome da *Nova Companhia Nacional de Moagem* podemos visualizar alguns desses momentos de ligação ao movimento monárquico, como, por exemplo, neste caso, em que está representado a família real portuguesa, com Rei D. Manuel II, acompanhado à sua direita da sua esposa D. Augusta Victoria e à esquerda do Infante D. Afonso de Bragança e da sua esposa Nevada Hayes (fig.1). Este momento marca a tomada de posse do Rei D. Manuel II e terá sido talvez uma das últimas aparições públicas antes da queda da monarquia. Em outro exemplo, e na vertente de política internacional, o cartaz faz referência à visita a Portugal do Presidente da Republica Francesa Émile Loubet em 1905 (fig.2). Esta visita teve grande impacto e destaque pela imprensa nacional e foi um passo importante no reforço das relações diplomáticas entre as duas potências europeias, focado na partilha da África colonial. O cartaz é dividido em duas partes, por uma faixa na diagonal com as cores da bandeira

francesa. Na zona superior está representado o Presidente da República Francesa e na parte inferior o nome da companhia e dos produtos.



fig.1 - Tomada de posse do Rei D.Manuel II, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

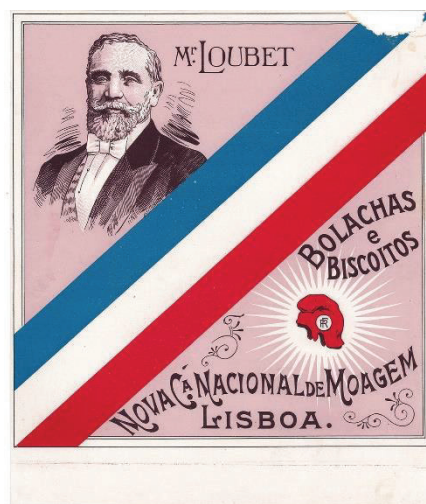


fig.2 - Visita a Portugal do Presidente da Republica Francesa,Émile Loubet, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

Em outro cartaz, encontramos a referência a eventos políticos internacionais, a *Triple Entente*, com a ilustração das respectivas bandeiras de França, Reino Unido e Rússia e que representa uma aliança militar entre estes 3 países (fig.3). De salientar que o título manuscrito na zona inferior do cartaz, *Triple Entente*, tem muito maior destaque do que o nome da empresa do produto comercializado.

O cartaz na (fig.4), ao contrário dos anteriores, não tem qualquer referência política, e salienta na zona superior, o nome do produto alimentar. Visualmente, identificamos sobre fundo preto, a bolacha representada nas mãos de dois garotos e a fumarem ao mesmo tempo, sendo bastante criativo todo o conjunto do cartaz, sobretudo o fumo que sai dos cigarros de ambos e que forma as duas palavras “Bolachas e Biscoitos”.



fig.3 - Triple Entente, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.



fig.4 - Garotos, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

A empresa *Eduardo Conceição Silva & Irmão*, foi igualmente importante na indústria dos cereais, tendo sido fundada em 1874 pelo industrial *Eduardo Conceição Silva*. Esta família granjeava de grande prestígio e notoriedade na sociedade lisboeta, sendo Eduardo e o seu irmão Francisco grandes empresários. *Francisco Conceição Silva* encomendou em 1891, ao arquitecto francês, *Henri Lusseau*, uma casa conhecida como *Palacete Conceição e Silva*, existente ainda hoje na Avenida da Liberdade. Este palácio enquadra uma arquitectura romântica, de estilo neoárabe e um ecletismo decorativo, de estilo *Arte Nova*.

A fábrica de cereais tinha na sua fundação o nome de *Fábrica de bolachas e biscoitos e farinhas de Stº Amaro*, sendo responsável pela produção de uma enorme quantidade e variedade de bolachas e farinhas. Com sede em Lisboa, rapidamente expandiu para outras cidades portuguesas, com abertura de uma filial no Porto, em Viana do Castelo e em Braga. A produção manteve-se após a República até 1918, sido comprada pela *Companhia Industrial de Portugal e Colónias*.

O local da principal fabrica era situada na Rua de S. Amaro em Lisboa, também conhecida por *Fábrica do Calvário*, sendo este local adquirido à Casa de Bragança em 1878. No início do século XX, esta companhia afirmou-se a nível nacional como a 6º maior produtora de trigo.

A nível temático, a maioria dos cartazes salientam um conteúdo de propaganda pró-republicano. Podemos ver nestes cartazes um prolongamento dos jornais e das restantes publicações, com manchas gráficas semelhantes à da imprensa, sendo estes cartazes uma

voz republicana que permite comunicar momentos da vida pública, com muito maior rapidez e eficácia (Batista & Samara, 2010).

O uso deste tipo de cartazes nestes produtos levanta algumas considerações. Em primeiro lugar, revela um crescente envolvimento da sociedade civil e empresarial na vida política nacional e em segundo lugar, mostrava uma classe burguesa pujante, detentora da maioria da indústria na região de Lisboa e Porto e com uma perspectiva pró-republicana, de fractura com o regime monárquico.

São vários os elementos de propaganda com a representação de ícones e inscrições provenientes do movimento republicano. Todos os cartazes são acompanhados com o nome da empresa e em alguns casos, complementado com palavras ou frases em outras zonas dos cartazes com o nome de personalidades ou datas de eventos importantes



fig.5 - Margarida vai à fonte, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

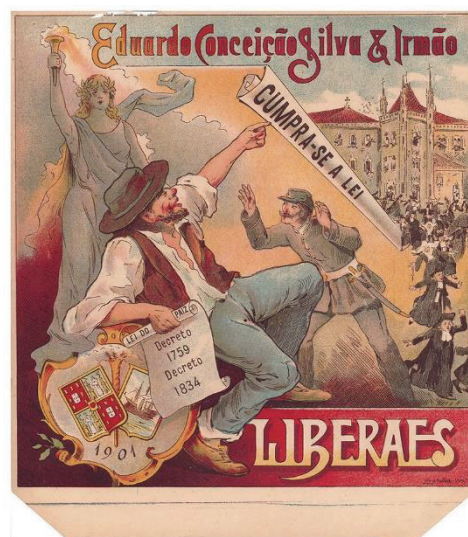


fig.6 - Zé-Povinho, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

Noutros cartazes é possível observar cenas da vida Lisboaeta da época, em que vemos uma senhora a recolher água de uma fonte, acompanhado de um poema e cujo nome da personagem dá nome ao cartaz *Margarida vae á fonte* (fig.5). O poema é da autoria do poeta João de Vasconcellos e Sá (1880-1944), sendo a letra e nome de um fado interpretado pelo seu neto António Pinto Basto.

Em outro cartaz podemos identificar a figura do *Zé-povinho* (fig.6). A mensagem do cartaz contesta a revogação do decreto de 18 de Abril de 1901 que permitia a constituição de congregações religiosas no caso de se dedicarem exclusivamente à instrução e beneficência ou à propaganda da fé e "civilização" no ultramar.

Este decreto de 1901 revogou os decretos de 1759 que determinou a expulsão dos Jesuítas e de 1834 da autoria de Joaquim António de Aguiar, que determinou a extinção de todos os conventos, mosteiros, colégios, hospícios, e outras casas de ordens religiosas.

Num outro cartaz, podemos identificar uma cena com o busto símbolo republicano de espada em punho, entre a multidão. É uma cena particularmente violenta, com destaque para as duas personagens em primeiro plano na ilustração, um padre e Francesco Ferrer Guardia (1859-1909), cujo nome está em rodapé na ilustração, foi um importante pensador e anarquista catalão e anticlerical (fig.7).

Finalmente, podemos identificar na ilustração de outro cartaz os deputados republicanos eleitos em 28 de Agosto de 1910, Teófilo Braga, Bernardino Machado, Cândido dos Reis, entre outros, reforçando o carácter propagandista da nova república (fig.8). De salientar que o título do cartaz na zona superior tem muito maior destaque que o nome da companhia e não

Existe qualquer menção aos produtos.

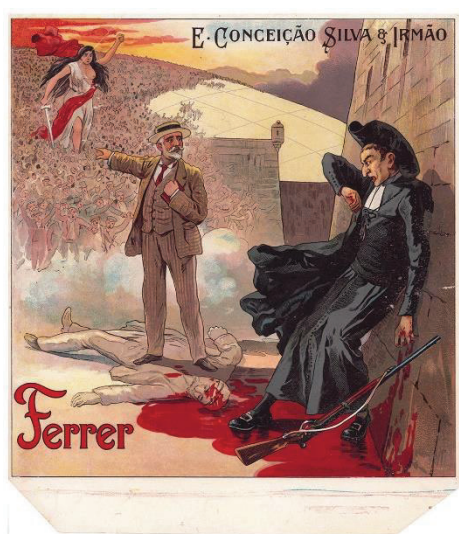


fig.7 - Francesco Guardia Ferrer, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

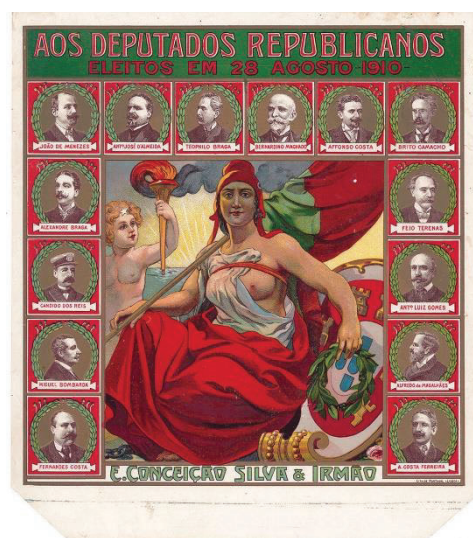


fig.8 - Deputados eleitos a 28 de Agosto de 1910, Autor desconhecido, s/data, 22x23,5 cm, Litografia Portugal. Col.Particular.

O grafismo e as técnicas de desenho empregues na grande maioria dos cartazes assentam num estilo *Arte Nova*, comum neste período, definido por cores fortes e enorme detalhe nas ilustrações. A estrutura dos cartazes assenta sobretudo no nome da empresa na zona superior ou inferior e o subtítulo referente ao tema do cartaz na zona inferior ou em alguns

casos na zona superior, por vezes com maior destaque que o nome da companhia ou do produto.

Em nenhum dos cartazes está assinado o autor das ilustrações, porém está assinalado o nome das empresas litográficas. Os cartazes referentes à família *Eduardo Conceição Silva & Irmãos* foram produzidos na antiga *litografia Portugal* que estava sediada no início do século XX no bairro alto em Lisboa, sendo o acesso às oficinas gráficas no pátio do tijolo. A litografia foi o método de impressão mais utilizado pelas empresas nestes cartazes e para as caixas de todo o tipo de produtos no ramo alimentar (bebidas, café, bolachas, biscoitos, cereais).

As litografias dos cartazes referentes à *Nova Companhia Nacional de Moagem* foram impressas na *litografia Mata*, situado na rua da Madalena em Lisboa. Esta casa dispunha de vários tipos de produção, desde secção de tipografia, fabrico de envelopes, litografias a cores e com relevo nas mais modernas técnicas de fabrico, para diferentes empresas no ramo alimentar em Portugal.

Os produtos publicitados nos cartazes, bolachas e biscoitos das duas companhias, eram embalados e vendidos no interior de caixas metálicas, modelo em folha de flandres (chapa fina de ferro), normalmente de formato cúbico, revestidas por ilustrações gravadas em todas as faces, com excepção da base da caixa, onde normalmente era gravado o nome e morada da empresa. O uso da folha de flandres é ainda hoje considerado como um dos principais processos de fabricação industrial de embalagens.

Conclusão

Nesta fase do projecto em curso, ainda não podemos apresentar conclusões definitivas acerca deste tema, porém o estudo realizado permite para já retirar algumas ilações.

Ao nível do estado da arte ainda não encontramos até à data publicações ou estudos académicos focados no estudo do design de comunicação e do desenho centrado neste período temporal em Portugal, encontrando algumas referências a esta temática de forma dispersa e pouco conclusiva.

Este conjunto de cartazes são detentores de um carácter diferenciador, porque para além da comunicação de produto, alargam a sua mensagem para o espectro político. Ilustram eventos importantes da sociedade portuguesa da época e episódios que marcaram uma mudança de paradigma a nível político e social em Portugal. O carácter único dos cartazes

salienta ainda mais a importância do seu estudo e a sua valorização enquanto peças artísticas. Em nenhum dos cartazes analisados, está referenciado o autor.

Na actualidade, constatamos não haver disponível cartazes semelhantes ao que dispomos, com excepção de alguns cartazes da Companhia *Eduardo Conceição Silva & Irmão* e ainda dentro da indústria alimentar da fábrica Pampulha, na *Fundação Mário Soares*.

Bibliografia

ALMEIDA, D. F. (1975). *Monumentos e Edifícios Notáveis do Distrito de Lisboa*. (Vol. V). Lisboa: Junta Distrital de Lisboa.

ANA, R. A. (2019). *Espaços da Lisboa Operaria. Trabalho, habitação, associativismo e intervenção operaria na cidade na última década do século XIX*. Lisboa: Faculdade de Ciência Sociais e Humanas, Universidade de Lisboa.

BAPTISTA, T., SAMARA, M. A. (2010). *Os Cartazes na Primeira República*. Lisboa: Tinta da China.

CEIA, J. (2014). *José Brandão, designer, Cultura e prática do design gráfico*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

FERNANDES, J. M. (1997). *Século XX, Lisboa em Obras*. Lisboa: Livros Horizonte.

FERREIRA, J. A. (s.d.). *Um século de Moagem em Portugal de 1821 a 1920. Das Fábricas às companhias e aos grupos de Portugal e Colónias e da sociedade industrial Aliança*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

FERREIRA, J. A. (2005). *Farinhas, Moinhos e Moagens*, Lisboa: Âncora Editora.

FOLGADO, D., CUSTÓDIO, J. (1999). *Caminho do Oriente*. Lisboa: Livros Horizonte.

FOLGADO, D., CUSTÓDIO, J. (1999). *Caminho do Oriente - Guia do Património Industrial*. Lisboa: Livros Horizonte.

FRAGOSO, A. M. (2012). *Design Gráfico em Portugal, Formas e expressões da cultura visual do século XX*. Lisboa: Livros Horizonte.

FRAGOSO, A. M. (2009). *Formas e expressões da comunicação visual em Portugal : contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas*. Lisboa: Faculdade de Arquitectura de Lisboa.

FRANÇA, J. A. (1980). *Lisboa: urbanismo e arquitectura*. Lisboa: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Ministério da Educação e Ciência.

GRAÇA, R. S. (1968). *Breve História da Litografia, Sua Introdução e primeiros passos em Portugal*. Lisboa: Litografia de Portugal.

NEVES, P. J. M. (2007). *Grandes empresas industriais de um país pequeno: Portugal. Da década de 1880 à 1ª Guerra Mundial*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa. Instituto Superior de Economia e Gestão.

MATOS, J. S., FERREIRA, P. J. (1999). *Caminho do Oriente - Guia histórico*. (Vol.1). Lisboa: Livros Horizonte.

MATOS, J. S., FERREIRA, P. J. (1999). *Caminho do Oriente - Guia histórico*, (Vol.2) Lisboa: Livros Horizonte.

REIS, J. (1987). *A industrialização num país de desenvolvimento lento e tardio: Portugal, 1870-1913*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

SOUTO, M. H. (2009). *História do Design em Portugal I, Prefácio de José-Augusto França*. Lisboa: Edições IADE.

VENTURA, A. (2010). *Os Postais da Primeira República*. Lisboa: Tinta da China.